

XIII Congreso y IV Internacional de Servicios Públicos y TIC

Muestra Empresarial, Tecnológica y Financiera



Superintendencia
Servicios Públicos
República de Colombia



Andesco

Asociación Nacional de Empresas de
Servicios Públicos y Comunicaciones

Junio 22, 23 y 24 de 2011
Medellín, Colombia
Centro de Convenciones Plaza Mayor



Responsabilidad Social Organizacional

Víctor Hugo Malagón – 23/junio/11

ANDESCO – Medellín



Hitos históricos de la RSO

- Iniciativas fundacionales (1920)
 - DDHH (1948)
 - Cumbre de Rio (1992)
 - Global Compact (1999 propuesto en Davos y lanzado en el 2000)
 - Cumbre sostenibilidad (2002)
 - Cumbre Cambio Climático (2009)
 - Se publica la ISO 26000 (2010)
-



RECORRIDO DE LA RSO

DECADAS	SIGNIFICATIVO	ASUNTOS
1950	Voluntad de los Directivos	Conciencia y decisiones personales
1960	Poder de la empresa	Impactos, Nueva Gerencia y Cambios culturales
1970	Grupos de Interés	Expectativas, Laboral y Contribuciones
1980	Procesos Organizativos	Estrategia, Toma de decisiones y prácticas empresariales
1990	Relación empresa–sociedad	Legitimidad, impacto ambiental y globalidad
2000	Empresa Ciudadana	Gobierno, DDHH y Cadena de Valor
2010	Organización Sostenible y Competitiva	Sostenibilidad y Competitividad



RECORRIDO DE LA RSO

ETICA

RESPONSABILIDAD

SOSTENIBILIDAD

COMPETITIVIDAD



FACTORES Y TENDENCIAS

- De los escándalos a la transparencia
 - “La ética es rentable”
 - Iniciativas institucionales
 - Moda, “cortina de humo”, manipulación...
 - Los nuevos valores y la revisión del modelo economicista
-



Enfoque de Competitividad

- Michael Porter (Harvard), 1980s: identificar las fuentes de las ventajas competitivas de una organización a través del estudio de las actividades que agregan valor a sus productos.
 - Pretende responder a las preguntas
 - ¿Cómo se crea valor en una organización?
 - ¿Qué la diferencia de sus competidores?.
 - Dos tipos de **ventajas competitivas**:
 - COSTO (ser más barato que la competencia)
 - CALIDAD (atributos de los productos).
 - Competencia Distintiva (activos estratégicos y competencias dinámicas)
-



La estrategia competitiva significa ser diferente. Tomar la elección deliberada de desempeñar las actividades de una manera distinta o llevar a cabo actividades diferentes de las de los rivales, con el fin de proporcionar una mezcla única de valores. (M. E. Porter)

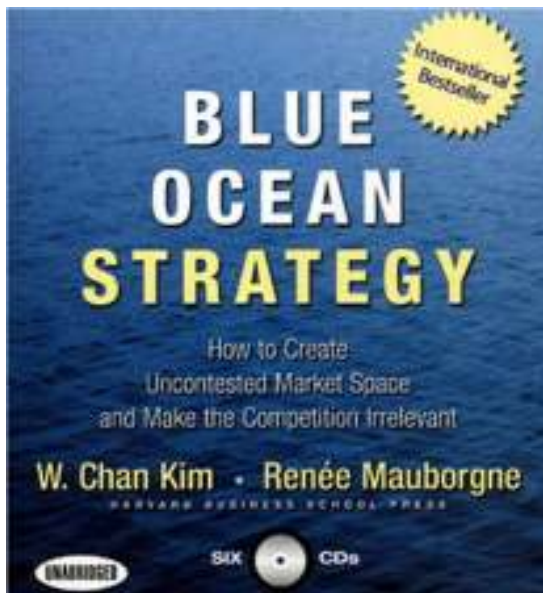
La esencia de la estrategia radica en crear las ventajas competitivas del mañana con mayor rapidez de la que los competidores imitan las que usted posee el día de hoy. (Hamel y Prahalad)





*Las estrategias para apoderarse de
la colina no necesariamente
intentan retenerla.
(Amar Bhidé)*





*“La única manera de vencer a la competencia es dejar de tratar de vencerla”
(W. Chan Kim – Renée Mauborgne)*



RSO

El "business case"

- Los argumentos económicos en favor de la adopción de buenas prácticas en las cadena de valor organizaciones ha sido objeto de numerosos estudios especialmente en el mundo anglosajón.
 - Estos estudios han analizado la relación entre la calidad de las relaciones de las organizaciones con sus grupos de interés y su desempeño concluyendo que aquellas gestionadas con criterios de RS pueden adquirir ventajas competitivas en los siguientes ámbitos:
-



RSO

El "business case"

1. Gestión de la reputación
 2. Gestión de riesgos
 3. Reclutamiento de empleados, motivación y retención.
 4. Relaciones con inversores y acceso al capital
 5. Aprendizaje e innovación
 6. Competitividad y posicionamiento en el mercado
 7. Eficiencia operacional
 8. Licencia para operar por parte de la sociedad
-



RSO

El "business case"

La adopción de prácticas de responsabilidad social permite a la organización alcanzar objetivos privados y públicos:

- A nivel privado: crear valor a través de la obtención de ventajas competitivas a través del desarrollo de atributos intangibles y de la comunicación de su responsabilidad social.
 - A nivel público: contribuir a la mejora de la calidad de vida mitigando los impactos de sus actividades sobre los grupos de interés afectados (micro y macro).
-



RSO

El “business case”

- *“Aunque no exista consenso sobre la responsabilidad moral de las empresa, los beneficios a obtener son tan amplios, que este podría ser argumento suficiente para hacer que las organizaciones visionarias asuman la RS como parte integral de su calidad de gestión”*

The business case for corporate citizenship



RSO

El “business case”

“Aunque no exista consenso sobre la responsabilidad moral de las empresa, los beneficios a obtener son tan amplios, que este podría ser argumento suficiente para hacer que las organizaciones visionarias asuman la RS como parte integral de su calidad de gestión”

The business case for corporate citizenship

E- Mail: victor.malagon@fundacioncarolina.es
